

Technická univerzita v Liberci  
**FAKULTA PEDAGOGICKÁ**

---

**Katedra:** Tělesné výchovy  
**Studijní program:** Ekonomika a management  
**Obor:** Sportovní management

**SVĚTOVÝ POHÁR V ALPSKÉM LYŽOVÁNÍ VE ŠPINDLEROVĚ MLÝNĚ**  
**WORLD CUP OF ALPINE SKIING IN ŠPINDLERŮV MLÝN**

**Bakalářská práce:** 07-FP-KTV-193

**Autor:**  
Filip BRAUN

**Podpis:**

**Adresa:**  
Horní 639  
512 45 Rokytnice nad Jizerou

**Vedoucí práce:** PaedDr. Jindřich Martinec

**Počet**

| Stran | Slov   | obrázků | tabulek | pramenů | příloh |
|-------|--------|---------|---------|---------|--------|
| 61    | 11 848 | 2       | 2       | 12      | 7      |

V Liberci dne: 14. 5. 2007

## Prohlášení

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé BP a prohlašuji, že **souhlasím** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom(a) toho, že užití své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 14. 5. 2007

Podpis

.....

## **Poděkování**

Děkuji vedoucímu mé bakalářské práce PaedDr. Jindřichu Martincovi za jeho čas a vedení. Také bych velice rád poděkoval Mgr. Bohumíru Zemanovi za jeho pomoc a ochotu podnětně konzultovat o obsahu mé závěrečné práce. Dále děkuji Růženě Zemanové za výpomoc při získávání informací, které mi pomohly k reálnému pohledu na zpracovávané téma. Samozřejmě děkuji všem mým blízkým – rodině a přátelům, kteří se mnou měli v tomto období trpělivost a kteří mě podporovali a pomáhali.

## **Anotace**

Tato práce se zabývá rozbořem a popisem organizace jednoho ze závodů světového poháru ve sjezdovém lyžování, který proběhl 21. – 22. 12. 2007 v areálu Svatý Petr ve Špindlerově Mlýně. V úvodu jsou zmíněna teoretická východiska, která jsou nutná pro následující popis a analýzu jednotlivých kroků organizátorů. V druhé části práce je představeno alpské lyžování jako jedna z disciplín Svazu lyžařů České republiky a jeho krátká historie. Dále jsou zde popsány organizační postupy, nutná medializace, sponzoring a další činnosti, které jsou při pořádání takové akce nezbytné.

## **WORLD CUP OF ALPINE SKIING IN ŠPINDLERŮV MLÝN**

### **Summary**

This diploma thesis focuses on analysis and description of preparations and organization of one of the Alpine skiing World Cup competition, which took place on January 31, 2004 in Svatý Petr resort in Špindlerův Mlýn. In the introduction part theoretical points, which are necessary for the following description and analysis of individual steps of the organizers, are mentioned. In the second part alpine skiing is introduced as one of the disciplines of the Skiers' Association in the Czech Republic, as well as its short history. Furthermore, organizational procedures, necessary medial, sponsoring and other activities, which are essential while organizing such an event, are described.

## **WELTCUP IM SKI ALPINE IN ŠPINDLERŮV MLÝN**

### **Zusammenfassung**

Diese Arbeit analysiert und beschreibt die Vorbereitungsmaßnahmen und Organisation eines der Wettkämpfe des Weltcup im Ski Alpin, der am 31. Januar dieses Jahres im Areal Svatý Petr in Špindlerův Mlýn stattfand. In der Einleitung werden die theoretischen Ausgangspunkte beschrieben, die für die weitere Beschreibung und die Analyse der einzelnen Schritte der Organisatoren notwendig sind. Im zweiten Teil der Arbeit wird die Ski Alpine, als eine der Disziplin des Skivereines der Tschechischen Republik und seine kurze Historie vorgestellt. Weiter wird der Organisationsablauf, die notwendige Werbung, Sponsoring und weitere, beim Veranstellen solcher Aktion unerlässliche Tätigkeiten beschrieben.



|  |           |
|--|-----------|
| <b>ÚVOD .....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>CÍL PRÁCE .....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>1 Management ve sportu.....</b>                                   | <b>10</b> |
| 1.1. Pojmy management a manager .....                                | 10        |
| 1.1.1. Sportovní management .....                                    | 11        |
| 1.1.2. Sportovní manager a jeho činnosti.....                        | 12        |
| 1.2. Proces organizování .....                                       | 13        |
| 1.2.1. Proces organizování ve sportu.....                            | 14        |
| 1.3. Sportovní reklama .....   | 14        |
| 1.3.1. Funkce reklamy .....  | 15        |
| 1.3.2. Druhy sportovní reklamy.....                                  | 15        |
| 1.4. Sponzoring .....  | 17        |
| 1.4.1. Formy sportovního sponzoringu .....                           | 17        |
| 1.4.2. Cíle sportovního sponzoringu .....                            | 18        |
| 1.5. SWOT analýza .....  | 19        |
| <b>2 Charakteristika managementu při SP v alpském lyžování .....</b> | <b>20</b> |
| 2.1. Organizační výbor.....  | 20        |
| 2.2. JURY.....   | 23        |
| Úkoly TD při závodech.....   | 25        |
| Úkoly a povinnosti arbitra .....                                     | 26        |
| <b>3 Počátky českého lyžování .....</b>                              | <b>27</b> |
| 3.1 Lyžování v českých zemích .....                                  | 27        |
| 3.2 Počátky závodního lyžování v Čechách.....                        | 27        |
| 3.3 Svaz lyžařů ČR.....  | 28        |
| 3.4 Mezinárodní lyžařská federace.....                               | 29        |
| <b>4 Pořádání SP ve Špindlerově Mlýně .....</b>                      | <b>30</b> |
| 4.1 Historie .....   | 30        |
| 4.2 Kroky nutné pro zařazení do kalendáře SP .....                   | 31        |
| 4.3 Představení organizátora SP.....                                 | 31        |
| 4.4 Základní informace o lyžařském areálu .....                      | 33        |
| 4.4.1 Homologace tratí.....  | 33        |
| 4.4.2 Technická data Černé sjezdovky .....                           | 34        |
| 4.5 Pojištění závodu .....   | 34        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.6 Příprava závodu .....  | 35        |
| 4.6.1 Administrativní příprava .....                               | 36        |
| 4.6.2 Technická příprava .....                                     | 38        |
| Marketingová příprava .....  | 42        |
| 4.7 TV přenosy ze SP ve Špindlerově Mlýně .....                    | 46        |
| 4.8 Nastavení vstupného .....                                      | 47        |
| 4.9 Nabídka pro sponzory .....                                     | 47        |
| 4.9.1 Možnosti prezentace .....                                    | 47        |
| 4.9.2 Nabídka pořadatele .....                                     | 48        |
| <b>5 Náklady na SP v alpském lyžování .....</b>                    | <b>50</b> |
| <b>6 Časová osa průběhu SP ve Špindlerově Mlýně .....</b>          | <b>51</b> |
| 6.1 Program .....  | 51        |
| 6.2 Úterý 20. 12. 2005 .....                                       | 51        |
| 6.3 Středa 21. 12. 2005 .....                                      | 52        |
| 6.4 Čtvrtek 22. 12. 2005 .....                                     | 52        |
| 6.5 Likvidace .....  | 53        |
| <b>7 SWOT analýza .....</b>  | <b>54</b> |
| <b>8 Vliv uspořádání SP na našem území na české lyžování .....</b> | <b>56</b> |
| <b>9 Vyhodnocení závodu a návrh změn .....</b>                     | <b>57</b> |
| 9.1 Administrativní stránka .....                                  | 57        |
| 9.2 Technické zajištění .....                                      | 58        |
| 9.3 Marketingová stránka .....                                     | 58        |
| <b>10 Závěr .....</b>  | <b>60</b> |
| <b>11 Seznam použité literatury .....</b>                          | <b>61</b> |
| <b>12 Seznam příloh .....</b>                                      | <b>62</b> |

## Úvod

České lyžování se již řadu let pravidelně ujímá pořádání světového poháru. Nejlepší světoví běžci, skokani, sdruženáři či akrobaté soupeřili na českém území o prestižní body do SP. A v prosinci 2005 se k nim poprvé přiřadili i sjezdaři. Ty nejzářivější hvězdy ženského lyžování se objevily ve Špindlerově Mlýně, aby zde na Černé sjezdovce změřily své síly v obřím slalomu a slalomu.

Každá premiéra si zaslouží pozornost. Premiérový podnik světového poháru ve sjezdovém lyžování na českém území byl významnou akcí, za kterou bych se v této práci chtěl poohlédnout a zároveň bych chtěl popsat úsilí, které organizátoři museli vynaložit před a v průběhu tohoto sportovního klání.

## **Cíl práce**

Hlavním cílem této bakalářské práce je provést rozbor a vyhodnocení organizace Světového poháru v alpském lyžování uskutečněném v sezóně 2005/2006 ve Špindlerově Mlýně a na jeho základě navrhnout změny pro pořádání světového poháru v dalších letech.

Pro splnění tohoto cíle jsem si vytyčil následující dílčí cíle:

- 1 Popsání managementu ve sportu*
- 2 Popsat působení marketingu a managementu při organizování světového poháru*
- 3 Seznámit se s průběhem příprav SP ve Špindlerově Mlýně*
- 4 Seznámení s rozpočtem závodu*
- 5 Nastínění vlivu uspořádaného Světového poháru v České republice na reprezentační družstvo České republiky v alpském lyžování*

# 1 Management ve sportu

## 1.1 Pojmy management a manažer

Pojem management má původ ve Spojených státech amerických a dnes ho můžeme chápat z několika hledisek. V současné době existují v literatuře desítky vysvětlení a definic tohoto pojmu. Všechny bychom je mohli rozdělit do tří skupin podle toho, na co se zaměřují a co zdůrazňují:

- vedení lidí,
- specifické funkce vykonávané vedoucími pracovníky,
- předmět studia a jeho účel

Vybral jsem si definici managementu podle R. Aldaga a T. M. Stearnse [1, s.24]: „Management je proces systematického plánování, organizování, vedení lidí a kontrolování, který směřuje k dosažení cílů organizace.“ Jednotlivé uvedené aktivity mohou být podle požadavků organizace nebo podle schopností manažera více či méně upřednostňovány, všechny jsou ale nedílnou součástí procesu řízení a jsou vzájemně propojeny.

Jednotlivé definice managementu mají několik společných rysů. Můžeme říct, že management je obecná disciplína s velice širokým zaměřením a můžeme ho aplikovat vlastně na všechny organizační úrovně řízení. Hlavním posláním manažerské činnosti je dosažení úspěchu a prosperity, splnění stanovených cílů. Tuto manažerskou činnost vykonávají lidé – manažeři.

Manažer odpovídá za plnění stanovených úkolů organizace. Využívá k tomu všech manažerských činností. V rozsahu a obtížnosti vymezených úkolů, v postavení manažerů a z toho vyplývajících odpovědností a pravomocí jsou však v rámci organizace velké rozdíly. Manažery můžeme proto členit na manažery liniové, střední a vrcholové.

- **Linioví manažeři** se nacházejí na nejnižších úrovních manažerské hierarchie. Mohou to být mistři ve výrobě, vedoucí administrativního oddělení, vrchní sestry v nemocnici a další. Jejich hlavní náplní práce je vedení zaměstnanců při každodenní činnosti.

- **Střední manažeři** stojí v hierarchii výše, nad liniovými manažery a odpovídají za jejich řízení. V praxi to mohou být funkce jako stavbyvedoucí, vedoucí odboru, střediska, provozu a další.
- **Vrcholoví manažeři**, také *top manažeři*, jsou nejmenší manažerskou skupinou a stojí nejvýše. Odpovídají za celkovou výkonnost a vedení organizace. Jsou to ředitelé, ředitelé divizí, náměstci ředitelů apod. Jejich hlavním úkolem je stanovování celkové strategie organizace. Přitom ale samozřejmě musí vykonávat i ostatní manažerské činnosti jako je vedení lidí nebo kontrola plnění cílů.

### 1.1.1 Sportovní management

Definici managementu, kterou jsem uvedl, lze v prostředí tělovýchovných a sportovních svazů, sportovních klubů a družstev, již se alespoň zčásti chovají podnikatelsky, chápat jako definici sportovního managementu.

Vývoj tohoto pojmu nebyl jednoduchý. Počátky můžeme najít opět ve Spojených státech amerických. Pojem „Sportmanagement“ má podle Čáslavové [5, s. 14 ] dvě základní části. Tou první je *sport*, zahrnující oblast sportovní zdatnosti a oblast diváctví jako způsob konzumování zábavy. Druhou složkou je *management a komerce*. Tato komponenta v sobě zahrnuje klasické manažerské činnosti jako je plánování, organizování, rozhodování, vedení lidí, kontrolu, ale také činnosti jako je účetnictví, marketing, ekonomie a další.

Bezesporu všechna tělovýchovná a sportovní zařízení se snaží o co nejefektivnější využívání svých finančních prostředků, snaží se obstát ve stále silnější konkurenci a řeší řadu administrativních problémů. Nejen tyto, ale i další skutečnosti si vynutily vznik pojmů jako je management sportu nebo sportovní manažer.

### **1.1.2 Sportovní manažer a jeho činnosti**

Teoretickou charakteristiku manažera jsem uváděl v kapitole 1.1. Všechny vlastnosti a způsob dělení manažerů by se dal aplikovat také na sportovního manažera.

Sportovní manažer může být člověk na úrovni vedení sportovní činnosti, tzn. vedoucí sportovních družstev i jednotlivců ve vyšších soutěžích, vyškolený specialista pro určité sportovní akce, odborník pro práci s handicapovanými lidmi apod.

Sportovní manažeri ale mohou být také členové výkonných výborů sportovních a tělovýchovných svazů, vedoucí určitého sportovního spolku nebo vedoucí sportovních středisek.

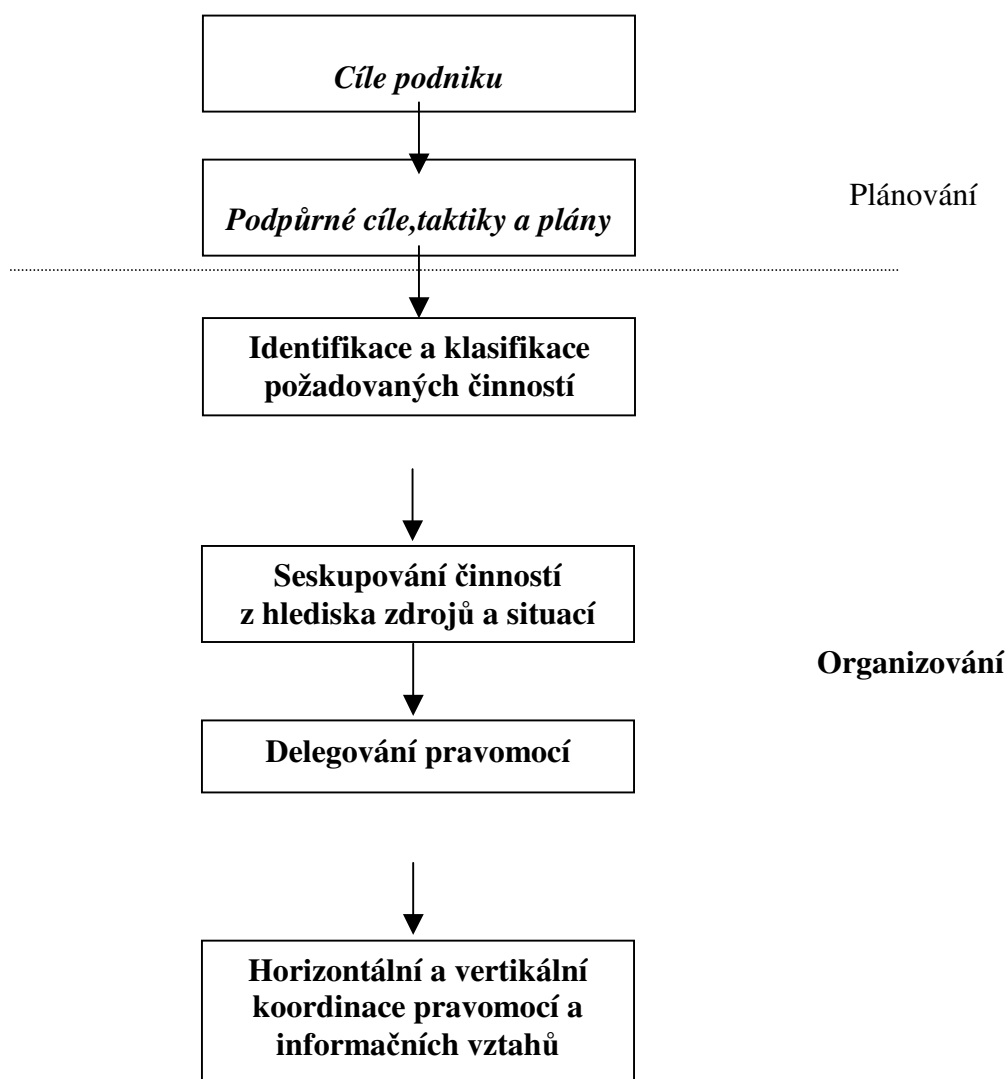
Poslední skupinou sportovních manažerů jsou vedoucí v oblasti podnikatelského sektoru, kteří se zabývají výrobou sportovního zboží nebo poskytují placené sportovní služby.

Hlavní pracovní náplní sportovního manažera je, jak vyplývá z definice managementu, plánování krátkodobých, střednědobých i dlouhodobých aktivit sportovní organizace, organizování postupů a technik (vyhodnocování výsledků soutěží, využití výpočetní techniky apod.), vytváření organizačních struktur klubů nebo svazů, dále zpětná kontrola provedených kroků a v neposlední řadě také činnosti v oblasti marketingu, financování nebo práva.

## 1.2 Proces organizování

Organizování a vytváření organizačních struktur jsou jedny ze základních činností moderního manažera. Při této činnosti dochází k cílevědomému uspořádávání všech prvků v určitém systému tak, aby bylo trvalým způsobem dosaženo stanovených cílů. Celý proces organizace závisí na celé řadě faktorů jako jsou technologické, ekonomické, etické nebo sociální podmínky.

Postup při organizování podle Čáslavové [5, s. 43] má 6 základních kroků:



Obr.1: Proces organizování



### **1.2.1 Význam organizování ve sportu**

V poslední době dochází ke stále většímu pronikání tržní ekonomiky do oblasti sportu. Proto je velmi důležité správně organizovat i v této oblasti. Sportovní kluby a svazy si již dávno nemohou vystačit pouze s dotacemi od státu, ale stále častěji si vytvářejí i vlastní zdroje. Pokud chce ale sportovní instituce podnikat ať už v oblasti sportu nebo ve zcela jiné oblasti, musí svoji činnost správně organizovat.

Časté chyby v organizaci českých sportovních zařízení jsou ve zdvojování funkcí. V praxi to znamená, že pracovníci si berou na starost funkce i jiných oddělení, přičemž nemají přesně danou svou pravomoc a odpovědnost. Nemohou pak samozřejmě vykonávat svou práci v dostatečné kvalitě. Jiným případem zdvojování funkcí je, pokud pracovník klubu vykonává práci na úrovni vedoucí i na úrovni výkonné (člen správní rady ve funkci výkonné zastává například funkci trenéra). Problém poté nastává především při kontrole jednotlivých činností.

Výhodnější je pak minimálně řízení dvouúrovňové, kdy v čele např. sportovního klubu stojí prezident a pod ním pak manažer, který řeší vzniklé situace a problémy na nižším stupni. Prezident klubu často vykonává i jinou podnikatelskou činnost, takže vznik funkce manažera je nezbytná pro správné a plynulé zabezpečení všech činností klubu.

## **1.3 Sportovní reklama**

Reklama je placená forma neosobní prezentace výrobků, myšlenek nebo služeb určité firmy nebo instituce, která k tomu využívá komunikační média. Mezi nejčastěji využívaná média patří televize, tisk, rozhlas, plakáty a další.

Sportovní reklamu můžeme chápat jako reklamu se sportovními motivy. K prezentaci využívá obecná komunikační média. Je to například reklama na plakátech se sportovních utkání nebo pravidelné rozhlasové zpravodajství při nich.

Kromě obecných komunikačních médií může reklama využívat také specifická komunikační média z oblasti sportu. Do této skupiny patří reklama na dresech a výstroji, na sportovním nářadí a náčiní, na mantinelech a startovních číslech, na cílové bráně, na stupních vítězů apod.

### 1.3.1 Funkce reklamy

Reklama plní několik funkcí. Mezi základní patří:

- **Funkce informační** – je nejdůležitější v počátku existence a uvedení produktu na trh. Má za úkol informovat o novém produktu nebo o změně ceny. Podává spotřebiteli informace o užívání produktu nebo o změnách užívání, o poskytovaných službách, servisu apod.
- **Funkce přesvědčovací** – využívá se především v prostředí intenzivní konkurence, kdy působí na vytvoření selektivní poptávky. Jejím úkolem je posílit preference zboží určité firmy, snaha o získání zákazníka od konkurence, posílit image firmy v očích zákazníka nebo působí při celkové změně image produktu.
- **Funkce upomínací** - uplatňuje se hlavně ve stádiu zralosti produktu a jejím úkolem je připomenout zákazníkovi výrobek nebo službu, kterou již dobře z minulosti zná.

### 1.3.2 Druhy sportovní reklamy

- **Reklama na dresech a sportovních oděvech** – text nebo motiv na dresu nebo jiném sportovním oděvu. Její funkcí je zvyšování stupně seznámení potenciálního zákazníka s určitým produktem, firmou, akcí. Může produkt nebo akci aktualizovat, informovat o změně image. Prezентuje produkt při každém vystoupení na veřejnosti. Doba působení této reklamy na diváka je ovlivněna délkou např. tréninku, zápasu, utkání nebo turnaje. Její účinnost se samozřejmě zvyšuje buď přímým televizním přenosem nebo jejím záznamem, dále pak fotografiemi v novinách a časopisech, poskytnutím interview apod. Konečný úspěch této reklamy je dán obsahem, velikostí

nápisu nebo loga, které mohou být podle daných předpisů různě omezeny, dále na rychlosti průběhu pohybu nebo na frekvenci výskytu při televizním přenosu.

- **Reklama na startovních číslech** – u textu nebo motivu na startovních číslech rozhoduje pořadatel závodu, utkání apod. Funkce je totožná s funkcí reklamy na dresech a sportovních oděvech. Působení na diváka je u různých sportů různě dlouhá. U některých sportů (plavání, tenis) se startovní čísla ani nepoužívají, takže zde se tato reklama nedá využít vůbec. U jiných sportů (atletika) jsou startovní čísla povinnou součástí dresu. Působení je opět spojeno přímo se sportovní akcí, kde se startovní čísla používají, televizním přenosem, poskytnutím rozhovoru nebo otisknutím fotografií se její účinnost zvyšuje. Úspěch této reklamy je závislý na velikosti samotné reklamy na startovním čísle, která může být omezena velikostí čísla daná pravidly pro příslušný sport, dále pak rychlostí průběhu pohybu a frekvencí výskytu při přenosu v televizi. U tohoto druhu reklamy odpadá individualizace reklamy určitými sportovci.
- **Reklama na mantinelu** – text nebo motiv na mantinelech, reklamních pásech nebo na videopásech s pohyblivou reklamou. Funkce je opět stejná jako u dvou předchozích druhů reklamy. Tato reklama představuje loga, názvy produktů, firem, slogany hlavně na mantinelech zimních, fotbalových stadionů, tenisových kurtů apod. Působí na diváka při sportovní akci (turnaj, zápas, exhibice) a také při televizním přenosu. Konečný efekt této reklamy je závislý na velikosti reklamy na mantinelu, reklamním pásu, která je ovlivněna dohodou s klubem a cenovou hladinou, která je samozřejmě vyšší u míst s častějším výskytem v televizním přenosu (např. prostor u brány, střídačka aj.). Druhým faktorem, který ovlivní úspěch reklamy, je intenzita vybavování reklamy v mysli zákazníka. Tento druh reklamy využívají především známé značky a firmy.
- **Reklama na sportovním náčiní a nářadí** – značka nebo logo na sportovním náčiní a nářadí. Funkce je shodná jako u reklamy na dresech nebo mantinelech – má zákazníka seznámit se značkou nebo produktem. V praxi můžeme tuto reklamu vidět jako menší nápisy na míčích, lyžích, botách, tenisových raketách a mnoha dalších. Působnost na diváka je opět závislá na četnosti záběrů v televizi. Většinou jsou reklamní nápisy velmi malé a na diváka nemohou zapůsobit. Proto například při dojezdu do cíle nastavují lyžaři lyže do záběrů kamery. Úspěšnost této reklamy zase závisí na druhu nářadí nebo náčiní, na velikosti nápisu a na četnosti televizních nápisů.
- **Reklama na výsledkových tabulích a ukazatelích** – je v podobě textu jako název produktu nebo značky. Mohou to být značky přímo výrobce (např. Seiko) doplněné

dalšími libovolnými značkami v podobě transparentů nebo videopásů. Tato reklama působí na diváka až vynuceně, její působnost se opět zvyšuje četností televizních záběrů na výsledkové tabule a ukazatele. Nejvíce tento způsob reklamy využívají již zavedené a pro diváka známé značky a firmy.

## **1.4 Sponzoring**

Charakteristickým rysem posledních let je rapidní nárůst atraktivnosti sponzoringu jako hodnotného komponentu marketingového komunikačního mixu. Přestože se zatím sponzoring v současné literatuře většinou neobjevuje jako samostatný nástroj komunikačního mixu, mnozí odborníci se domnívají, že by tomu tak mělo být. Má totiž svá nesporná specifika a jeho význam neustále roste. Proto ho odborníci v tomto oboru často nazývají „pátou rukou“ komunikačního mixu, vedle reklamy, podpory prodeje, public relations a osobního prodeje.

### **1.4.1 Formy sportovního sponzoringu**

**Sponzoring jednotlivců** - podpora aktivních úspěšných sportovců, tito pak jako protislužbu přebírají komunikační opatření sponzora. Nejčastěji se jedná o reklamu na oblečení, vystupování v TV reklamách nebo o podporu prodeje (autogramiády, předvádění nových výrobků, soutěže se známými sportovci). Využití sponzorovaných jednotlivců pro komunikaci směrem ven z firmy - slavní sportovci jsou hosty při oficiálních setkáních s obchodními přáteli, firmami, atd. Sponzoring jednotlivce je spojen se značným rizikem, neboť jednatel má větší pravděpodobnost neúspěchu, který se týká jak sportovního výkonu, tak také směrem působení na veřejnosti.

**Sponzoring týmů** - jedná se o podporu celých sportovních týmů, kolektivů, atd. Sponzoring týmu je spojen s nižším rizikem než sponzoring jednotlivců. Při výběru vhodného týmu se vychází vedle výsledků z image daného sportovního odvětví a významu daného týmu pro cílovou skupinu. Při sponzoringu týmů lze určit určitý užší okruh sponzorovaných z daného týmu, který zastupuje daný tým při vystupování na veřejnosti.

**Sponzoring sportovních akcí** – jedná se o sponzorování buď jednorázové sportovní akce, nebo o sponzorování nejrůznějších turnajů, soutěží, či pohárů. Sponzorovi se v tomto případě nabízí řada reklamních možností. Je zde možnost prezentace sponzora v několika kategoriích, jako např. TV přenos, bannery s logem v prostoru sportoviště, letáky a plakáty atd.

**Sponzoring sportovního zařízení** – jedná se o podporu zařízení či celých sportovišť, která není možné finančně zajistit z prostředků pořádající organizace. Při uspořádání jakékoliv sportovní události pokrývají vstupenky většinou jen poměrnou část nákladů. Jako komunikačních prostředků se využívá bannerů - tištěných reklam, reklam na sportovních přístrojích a transportních prostředcích.

### **1.4.2 Cíle sportovního sponzoringu**

Výchozím bodem formulace cíle ve sportovním sponzoringu jsou stávající marketingové a komunikační cíle podniku popř. jeho produktové značky. Tyto cíle mohou být rozděleny na cíle ekonomické a psychologické.

#### **Ekonomické cíle sportovního sponzoringu**

Jsou cíle, které obsahují finanční požadavky jako jsou např. zisk, obraty anebo náklady. Jejich předností je jejich měřitelnost a kvantifikace.

#### **Psychologické cíle sportovního sponzoringu**

1. Stupeň známosti – stabilizace popř. zlepšení stupně známosti firmy nebo značky jsou základní komunikační cíle. Toto platí obzvláště pro každou formu sportovního sponzoringu, který může počítat s širokým nasazením médií.

2. Profil image – dalším cílem je zlepšení nebo stabilizace mínění a postojů vůči podniku nebo značce. Základem působení je image transferu, např. vliv výkonu sponzorovaného nebo atmosféry při soutěži na podnik nebo značku.

Vedle těchto centrálních cílů sportovního sponzoringu mohou být v jednotlivých případech stanoveny i dílčí cíle. Tak mohou být také uvedeny cíle jako:

- a. kontaktní péče s vybranými zákazníky, názorovými vůdci nebo zástupci médií,
- b. pozitivní působení na zájmy a chování ve volném čase jednotlivých pracovníků a tím docílení zlepšení motivace pracovníků

## **1.5 SWOT analýza**

Obecně lze říci, že SWOT analýza se stala ustáleným termínem pro celkovou analýzu vnějších a vnitřních činitelů. Jejím účelem je posoudit vnitřní předpoklady firmy k uskutečnění určitého podnikatelského záměru a současně podrobit rozboru i vnější příležitosti a omezení diktovaná trhem. Je vlastně kombinací analýzy S-W a O-T. SWOT analýzu lze také použít při přípravě a organizaci určité akce, v našem případě akce sportovní.

**S-W analýza** (Strengths and Weaknesses Analysis) - rozbor vnitřních činitelů. Spočívá v přesném vymezení silných a slabých míst. Výsledky této analýzy ovlivňují zásadním způsobem další rozhodovací procesy spojené s řízením marketingové činnosti - stanovení cílů a rozmístění zdrojů.

**O-T analýza** (Opportunities and Threats Analysis) - rozbor vnějších činitelů, které představují příležitosti a ohrožení dalšího rozvoje. Umožňuje rozlišit atraktivní příležitosti, které skrývá trh a které mohou organizaci přinést výhody nad ostatními účastníky ekonomické soutěže.

## 2 Charakteristika managementu při SP v alpském lyžování

### 2.1 Organizační výbor

Organizační výbor je složen ze členů (fyzických a právnických osob), delegovaných pořadatelem, FIS nebo SLČR. Tento výbor je nositelem práv a povinností pořadatele.

Pro závody světového poháru je organizací FIS určen technický delegát a arbitr. Pořadatel jmenuje všechny ostatní členy organizačního výboru. Předseda nebo jeho zástupce zastupuje výbor směrem ven, řídí schůze a rozhoduje o všech otázkách, které nejsou přiděleny jiným osobám nebo skupinám osob. Spolupracuje před, během a po závodě úzce s FIS a jimi jmenovanými činovníky. Ujímá se všech ostatních úkolů, které jsou potřebné pro uskutečnění závodu.

Mezi jmenované, které určí pořadatel patří:

**Ředitel závodu** – Ředitel závodu řídí všechny přípravné práce a kontroluje činnost jednotlivých činovníků v technické oblasti. Svolává je k řešení technických otázek a po dohodě s TD řídí schůze vedoucích družstev.

**Velitel trati** – Velitel trati se stará podle určení a závěrů jury o přípravu závodních tratí. Má být seznámen se sněhovými podmínkami dotyčné oblasti.

**Rozhodčí na startu** – Startovní rozhodčí musí být přítomen na startu v průběhu celého závodu a musí být v každou dobu schopen okamžité komunikace s jury.

- kontroluje, zda jsou řádně plněny předpisy pro start a pro jeho organizaci
- zjišťuje případná zpoždění a chybné starty
- hlásí arbitrovi jména závodníků, kteří nebyli na startu, kteří chybně odstartovali nebo se dopustili narušení pořádku a hlásí dále případná porušení pravidel o výzbroji.

**Rozhodčí v cíli** – Cílový rozhodčí musí být rovněž přítomen v cíli v průběhu celého závodu a musí být schopen okamžité komunikace s jury v každou dobu.

- kontroluje, zda jsou dodrženy všechny předpisy o organizaci cíle, jeho vjezdu a výjezdu
- kontroluje rozhodčí v cíli, měření času a pořádkovou uzavírací službu
- musí mít možnost okamžitého spojení se startem.

**Velitel brankových rozhodčích** – Velitel brankových rozhodčích organizuje jejich zařazení. Řídí a kontroluje jejich činnost. Přiděluje každému brankovému rozhodčímu jeho stanoviště a jím kontrolované branky. Po skončení 1. kola a po skončení závodu shromažďuje kontrolní listiny a předává je arbitrovi. Poučuje ostatní rozhodčí o pomocných úkolech jako udržování diváků v dostatečné vzdálenosti nebo udržování stavu trati. Kontroluje číslování a označení branek v dostatečném předstihu.

**Vedoucí měření časů a výpočetní techniky** – Vedoucí měření časů a výpočetní techniky je odpovědný za spolupráci činovníků na startu a v cíli včetně měřicí aparatury a výpočetní techniky. Při slalomu rozhoduje sám nebo prostřednictvím určeného spolupracovníka o startovních intervalech.

Pod jeho vedením je :

- startér
- pomocníci startéra
- zapisovatelé
- vedoucí měření
- jeho pomocníci
- cíloví rozhodčí
- vedoucí výpočetní techniky se svými spolupracovníky

**Sekretář závodu** - Sekretáři závodu přísluší všechny sekretářské práce týkající se technických otázek závodu a mezi jinými i přípravy losování. Odpovídá za to, aby v oficiálních výsledkových listinách byly dodrženy veškeré nutné údaje. Je odpovědný za pořizování zápisů ze schůzí technických činovníků, jury a vedoucích družstev. Zvláště zajišťuje potřebná opatření k tomu, aby veškeré formuláře pro start, cíl, měření časů a pro brankové rozhodčí byly včas předány příslušným činovníkům. Shromažďuje protesty a předává je k projednání. Vhodnou přípravou usnadňuje výpočet výsledků a pečuje o to, aby tyto výsledky byly co možná nejrychleji po skončení závodu rozmnoženy.



**Vedoucí pořádkové služby** – Vedoucí pořádkové služby musí učinit dokonalá opatření k tomu, aby zabránil přístupu diváků k závodní trati. Je třeba nasadit podle přesných plánů dostatečně početný personál. Je nutno dbát na to, aby za zahrazeními byl dostatečný prostor pro pohyb diváků.

**Vedoucí zdravotnické a záchranné služby** – Vedoucí zdravotnického personálu a záchranné služby je odpovědný za dostačující záchrannou službu a lékařskou pomoc během oficiálních tréninků a během závodu. Dále musí zajistit prostory, v nichž mohou být umístěni zranění závodníci. Lékař závodu a lékaři družstev se sejdou před oficiálním tréninkem za účelem koordinace a projednání svých rozmístění. Během tréninku a závodu musí mít vedoucí zdravotnického personálu a záchranné služby možnost telefonického nebo bezdrátového spojení se svými pomocnými silami. Před zahájením závodu musí zkoordinovat rozmístění s ředitelem závodu. Lékař, pokud možno dobrý lyžař, by se měl zdržovat na startu pro možnost jakéhokoliv zásahu. Musí mít zajištěno spojení s jury a se členy záchranné služby. Tato povinnost může být přenesena i na lékaře některého družstva.

**Vedoucí materiálu a technického vybavení** – Vedoucí materiálu je odpovědný za přípravu veškerých zařízení a různých pomocných prostředků pro úpravu a údržbu tratí, pro uskutečnění závodu a technického zařízení pro rozhlasové hlášení, pokud není tento úkol výslovně přenesen na jiného činovníka.

**Tiskový vedoucí** – Tiskovému vedoucímu náleží péče o informovanost novinářů, fotografů a televizních a rozhlasových komentátorů podle pokynů organizačního výboru.

Další činovníci organizačního výboru ( s popisem funkcí):

- vedoucí ekonomického zajištění
- vedoucí ubytování a stravování
- ceremoniář

Pořadatel je oprávněn jmenovat i další činovníky organizačního výboru.

## 2.2 Jury

Za technické uspořádání závodu v prostoru uzavřené závodní zóny je odpovědná jury, která je složena z následujících členů organizačního výboru :

- technický delegát
- arbitr
- ředitel závodu

*V jury pro závody žen musí být aspoň jedna žena.* Jednotliví členové jury musí být schopni vzájemného dorozumění v jednom z jazyků FIS. Dalším psaným pravidlem je, že osoby, které jsou pověřeny vedoucí funkcí u některého národního svazu nesmí být členem jury.

Určení členové jury se sejdou před zahájením oficiálního tréninku na své první schůzi. Činnost Jury začíná první schůzí a končí, pokud nebyl podán protest, uplynutím protestní doby po skončení závodu.

Předsedou Jury je TD, který řídí schůze. Ze všech schůzí a o všech rozhodnutích Jury je třeba pořídit zápis s uvedením hlasování jednotlivých členů, podepsaný všemi členy Jury. Protokol musí být sepsán v jednom z jazyků FIS /anglicky, francouzsky, německy /. Všichni členové jury musí být při závodech vybaveni vysílačkami. Ty musí pracovat na společné vysílací frekvenci a musí pracovat bezporuchově.

Jury zajišťuje konformitu pravidel v celém průběhu, zejména v technické oblasti :

- ověření závodní trasy a trati
- ověření sněhových podmínek
- ověření preparace sněhové podložky
- povolení k použití zpevňovačů sněhu a chemických prostředků
- ověření zábran
- ověření startu, cíle a cílového prostoru
- ověření záchranné služby

- určení autorů tratí
- stanovení vytyčování tratí
- dohled nad způsobem vytyčování
- kontrola umístění terčů
- určení způsobu prohlídek tratí
- určení počtu předjezdců pro jednotlivá kola a jejich startovní pořadí
- podle potřeby příjem informací od předjezdců
- změny startovního pořadí s ohledem na stav trati a při mimořádných podmínkách
- změny startovních intervalů
- udělování pokynů a přijímání zpráv od brankových rozhodčích

Z organizačního hlediska :

- rozdělení závodníků pro losování
- povolení resp.nařízení opakovaných jízd
- odřeknutí závodu, jestliže před, nebo během závodu jsou nepříznivé přírodní podmínky, jako např. špatná viditelnost, husté sněžení, silný vítr atd.
- je nedostatečná organizace záchranné a zdravotní služby
- je nedostačující organizace pořádkové služby
- nedostačující organizace uzávěr tratě
- krácení tratě v případě špatného stavu sněhové podložky nebo povětrnostních podmínek

Z disciplinárního hlediska :

- rozhodnutí o žádosti TD nebo jiného člena jury o vyloučení závodníka vzhledem k jeho fyzickým a technickým předpokladům
- kontrola dodržení ustanovení týkajících se reklamy v prostoru závodu
- omezení kvót funkcionářů, techniků a lékařského personálu pro vstup na závodní trať
- udělení sankcí
- rozhodnutí o protestech

Jury rozhoduje o všech otázkách, které nejsou stanoveny v pravidlech.

### **2.2.1 Úkoly TD při závodech**

Před závodem TD :

- seznámí se s homologačním protokolem trati
- přečte zprávy TD z předcházejících soutěží v místě konání a zkontroluje, zda byla splněna navrhovaná zlepšení
- kontroluje tréninkové a závodní tratě
- spolupracuje při administrativních a technických přípravách
- kontroluje oficiální přihlášky
- seznámí se s akreditacemi a povolením pro údržbu tratí
- společně s jury kontroluje vytýčení trati
- zkontroluje stanoviště televizních plošin a pokud je to nutné nařídí dostačující bezpečnostní opatření
- organizaci lékařského zabezpečení
- zúčastňuje se všech schůzí jury a vedoucích družstev
- je předsedou jury s rozhodujícím hlasem při rovnosti hlasů

Během závodu TD :

- musí být přítomen během závodu v jeho prostoru
- spolupracuje úzce s jury, s vedoucími družstev a s trenéry
- dohlíží, zda jsou dodržena pravidla a ustanovení o reklamních nápisích na výzbroj a na závodní výstroji
- kontroluje technický a organizační průběh soutěže

Po závodě TD :

- pomáhá s vybavením protokolu arbitra
- vypočítá body ze závodu a jejich správnost potvrdí vlastnoručním podpisem.
- podepíše oficiální výsledkové listiny zpracované sekretářem závodu a povolí vyhlášení vítězů
- vystaví zprávu TD včetně eventuálních dodatků a tuto zprávu odešle nejpozději do tří dnů na sídlo FIS.

### **2.2.2 Úkoly a povinnosti arbitra**

- losování startovních čísel
- prohlídka trati okamžitě po jejím vytýčení a to buď sám nebo za doprovodu členů jury
- má právo na změnu vytýčení a to i vypuštěním nebo doplněním branek. Pokud je arbitr na trati sám, je jeho rozhodnutí konečné. Každopádně ale musí být o takových změnách informován autor trati, pokud není přítomen prohlídce trati
- kontrola a podepsání protokolu arbitra po každém kole
- zabezpečení, že seznam vyloučených závodníků, včetně čísel bran, u nichž došlo k chybě a jmen brankových rozhodčích, bude vyvěšen na oficiální tabuli
- arbitr spolupracuje úzce s TD

### **3 Počátky českého lyžování**

#### **3.1 Lyžování v českých zemích**

Za zakladatele lyžování v Čechách je pokládán Josef Rössler-Ořovský, všestranný sportovec a propagátor různých sportů, který roku 1887 přivezl do Čech první lyže z Norska. Téhož roku založil při Bruslařském klubu Praha lyžařský kroužek a ten byl r. 1894 přejmenován na Český ski klub Praha.

Roku 1893 navázal Ořovský písemný styk s Janem Bucharem, učitelem z Dolních Štěpnic u Jilemnice. Buchar si přivezl lyže r. 1892 z Vídně a hned uskutečnil první výlety po Krkonoších. Roku 1893 založili společně s Ořovským Český ski klub Vysoké nad Jizerou a o rok později, roku 1894 založil sám Český krkonošský spolek ski Jilemnice. Jan Buchar je též autorem prvních metodických článků o lyžování a roku 1896 zavedl lyžování do školní tělesné výchovy.

O masové rozšíření lyžování v Krkonoších se zasloužil hrabě Jan Harrach. Ten přivezl lyže do Čech roku 1892 z výstavy v Kristianii a jeho lesní správa zřídila výrobu lyží na pile v Dolních Štěpnicích. Tyto lyže sloužily potřebám lesních dělníků a sportovců z Jilemnice a okolí.

#### **3.2 Počátky závodního lyžování v Čechách**

První lyžařské závody se konaly v Čechách r. 1893 na Kozinci u Jilemnice. Již o tři roky později 1896 se konalo první mistrovství Království českého, místem byla pražská Stromovka a závodilo se v běhu na 1050 m. Prvním vítězem se stal Jan Mládek z Jilemnice. První mistrovství v běhu sdruženém se konalo roku 1910 a první opravdový závod ve sjezdu se u nás uskutečnil roku 1913 na Šumavě, jako sjezd z hřebene Pancíře. Lyžování a s ním spojené závodění se rychle šíří z Krkonoš i do dalších českých hor, na Šumavu, Jeseníků a Beskyd.

### 3.3 Svaz lyžařů ČR

Svaz lyžařů ČR (SLČR) je zájmové sdružení občanů ČR s vlastní právní subjektivitou. Je vrcholnou organizací lyžařského sportu v České republice, která hájí zájmy lyžování směrem k organizacím v ČR i k Mezinárodní lyžařské federaci (FIS). Je členem ČSTV, Českého olympijského výboru a FIS.



Obr.č. 5: Logo Svazu lyžařů České republiky

Základním posláním Svazu lyžařů ČR je široká podpora rozvoje lyžování, lyžařského sportu, vrcholového lyžování a sportovní reprezentace České republiky. Základem činnosti je aktivní podpora a propagace všech forem lyžování mládeže a dospělých. Svaz lyžařů ČR je nejstarším národním lyžařským svazem na světě. V roce 2003 oslavil 100 let od svého vzniku. Byl založen 21. 11. 1903 v Jablonci nad Jizerou na setkání tří zástupců prvních lyžařských klubů na našem území a byl nazván Svaz lyžařů Království českého. Vznikl sloučením Českého ski klubu Praha, Českého ski klubu Vysoké nad Jizerou a Českého krkonošského spolku ski Jilemnice. Teprve až od roku 1918 byl tento svaz přeměněn na Svaz lyžařů republiky Československé.

Svaz lyžařů ČR má osm odborných úseků. Jsou to úseky:

- **běhu na lyžích,**
- **skoku na lyžích,**
- **severské kombinace,**
- **alpských disciplín,**
- **akrobatického lyžování,**
- **snowboardingu,**
- **travního lyžování,**
- **základního lyžování.**

Svaz lyžařů ČR je výhradním držitelem marketingových a televizních práv všech lyžařských závodů v České republice. V průběhu roku probíhá pod hlavičkou SL ČR po celé republice na 500 závodů všech úrovní, věkových kategorií a disciplín.

### **3.4 Mezinárodní lyžařská federace**

Roku 1910 vzniká v Oslu za účasti 11 lyžařských svazů Evropy, včetně svazu českého, tzv. Mezinárodní lyžařská komise. Cílem této komise bylo pořádat každoročně lyžařský kongres, který řídil lyžování na mezinárodní úrovni.

Mezinárodní lyžařská komise uspořádala v roce 1924 u příležitosti „Týden zimních sportů“ (který byl dodatečně uznán za I. ZOH) kongres a ten rozhodl přeměnit komisi na Mezinárodní lyžařskou federaci FIS. Svaz lyžařů republiky Československé se stal zakládajícím členem a dr. Synáček členem předsednictva FIS.

V dnešní době je členem mezinárodní organizace FIS více než 101 národních lyžařských asociací a jejím sídlem je Švýcarský Oberhofen.



## 4 Pořádání SP ve Špindlerově Mlýně

### 4.1 Historie

České lyžování se již řadu let pravidelně ujímá pořádání závodů světového poháru. Nejlepší světoví běžci, skokani, sdruženáři či akrobaté soupeřili na českém území o prestižní body do SP. A v prosinci 2005 se k nim poprvé přidali i sjezdaři. Ty nejzářivější hvězdy ženského lyžování se objevily ve Špindlerově Mlýně, aby zde na Černé sjezdovce změřily své síly v obřím slalomu a slalomu.

Nebylo to poprvé, kdy bylo České republice přiděleno uspořádání SP ve sjezdovém lyžování. Tato čest nám byla v sezóně 2003/2004 již prokázána, ale kvůli nepříznivým klimatickým podmínkám, které v prosinci roku 2003 panovaly ve Špindlerově Mlýně, musel být závod zrušen. Teplota vzduchu po celý prosinec neklesla pod bod mrazu a kvůli nedostatku sněhu musel být závod odvolán, již deset dní před plánovaným termínem. Bylo to veliké zklamání pro celý organizační tým, který závod připravoval. Mělo se jednat o premiéru SP ve sjezdovém lyžování v České republice. Po odvolání tohoto závodu nebyly naděje v další přidělení SP na naše území veliké. Avšak stalo se tak.

V roce 2005 organizátoři v čele s Bohumírem Zemanem získaly opět místo v kalendáři FIS Světových pohárů. Nejlepší sjezdařky z celého světa se sjely do Špindlerova Mlýna, aby zde na Černé sjezdovce poměřily 21.-22. 12. své síly v obřím slalomu a slalomu. A tak Česká republika poprvé v historii uspořádala SP ve sjezdovém lyžování. Uspořádání Světového poháru znamenalo naplnění velkého snu českého sjezdového lyžování.

## **4.2 Kroky nutné pro zařazení do kalendáře SP**

V první řadě je nutné v průběhu několika po sobě jdoucích let uspořádat v potencionálním místě konání závodů SP kvalitní lyžařské závody. Jedná se o závody kategorie FIS a následně o závody Kontinentálního poháru. Ski Klub Špidl Produkce s.r.o. ve spolupráci se Skiareálem Špindlerův Mlýn a.s. uspořádali řadu lyžařských závodů. V poslední době se zde odjelo několik Evropských pohárů žen i mužů. Ohlasy na tyto akce byly vždy velice pozitivní, ale přes to se organizátoři ne a ne dočkat přiřazení Světového poháru. Třikrát v průběhu pěti let podali organizátoři žádost o zařazení Špindlerova Mlýna do kalendáře SP a ani jednou jim nebylo vyhověno. Za podání žádosti o pořádání SP museli zaplatit 5000 CHF organizaci FIS. Až při čtvrtém pokusu na jaře roku 2002 jim bylo přislíbeno pořadatelsství pro sezónu 2003/2004. Ovšem tento závod, jak již bylo zmíněno, byl zrušen. Dalšího zařazení do kalendáře SP se organizátoři dočkali o dva roky později.

## **4.3 Představení organizátora SP**

Zorganizování sportovního podniku tak významného formátu může být jen těžko dílem jednotlivce. I za uspořádáním Světového poháru ve Špindlerově mlýně stála týmová práce a soustředěné kolektivní úsilí.

Hlavním organizátorem akce byla společnost Ski klub Špindl produkce s.r.o. v čele s Bohumírem Zemanem, Alešem Kýzlem a Pavlem Lipanským, kteří velice úzce spolupracovali se společností Skiareál Špindlerův Mlýn a.s. Stejně jako každý závod v sérii SP, musel být i tento pod záštitou národního svazu a tento tudíž pod záštitou Svazu lyžařů České republiky.

Společnost Ski klub Špindl produkce s.r.o. již měla dlouholeté zkušenosti s pořádáním lyžařských závodů, bez kterých by se uspořádání akce takového formátu, jen stěží podařila. Již od roku 1996 působí na reklamním, produkčním a marketingovém trhu. Zabývá se především pořádáním sportovních akcí jak po stránce produkční, tak po stránce finančního zajištění. Za dobu své existence zorganizovala řadu velkých i malých sportovních,

kulturních a společenských akcí. Byla pořadatelem velkých mezinárodních akcí FIS v alpském lyžování, jako např. Evropského poháru mužů i žen, Světového poháru Masters i Mezinárodního mistrovství České republiky. Pořádal i nejrůznější exhibice typu Silvestrovská show či oblíbených závodů pro veřejnost Špindl Modrá Open. A i díky tomu, že ohlasy na tyto akce byly vždy velice příznivé, jim byla udělena čest pořádat světový pohár žen s názvem Alpine World Cup.



Obr. č. 1: logo Světového poháru

#### **Složení organizačního výboru (dále jen OV)**

| Jméno              | Funkce  |
|--------------------|---|
| Mgr. Bohumír Zeman | Předseda OV   |
| Ing. Aleš Krýzl    | Generální sekretář OV, Vedoucí komise pro PR, marketing a finance |
| Ing. Jiří Beran    | Místopředseda OV, Vedoucí komise Skiareálu Špindlerův Mlýn        |
| Pavel Lipanský     | Místopředseda OV, Vedoucí komise pro materiál a stavby            |
| Danuta Štrougalová | Člen OV, Vedoucí sekretariátu                                     |

Tab. č. 1: složení OV

## 4.4 Základní informace o lyžařském areálu

Závod se konal v jednom z našich nejznámějších a nejnavštěvovanějších lyžařských středisek – ve Špindlerově Mlýně. Toto středisko leží v nadmořské výšce 715 až 1310 m.n.m. ve střední části Krkonoš v údolí toku řeky Labe. Ve Špindlerově Mlýně nabízí své služby kvalitně vybavený sportovní komplex Skiareál Špindlerův Mlýn. Zahrnuje 14,8 km sjezdovek a zhruba 70 km běžeckých tratí, 4 lanové dráhy a 7 lyžařských vleků s celkovou přepravní kapacitou 12 300 osob za hodinu. Na sjezdovkách areálu je instalováno celkem 22 sněžných děl. Znamená to, že i za méně příznivých sněhových podmínek je možné lyžovat na většině sjezdovek.



Obr. č. 2: logo skiareálu Špindlerův Mlýn

### 4.4.1 Homologace tratí

Jednou z podmínek pro pořádání závodů je, že závody uveřejněné v kalendáři FIS smí být uskutečněny pouze na tratích homologovaných FIS. Aby sjezdovka mohla být homologována, musí splňovat několik kritérií, jako je např. šíře sjezdovky či výškové rozdíly uvedené v tabulce. Pokud sjezdovka tyto požadavky splňuje, dostane číslo homologačního dekretu, který je zaznamenán do katastru FIS. Za homologaci pořadatel zaplatí 500 CHF a tato homologace je platná po dobu deseti let.

| Disciplína        | Převýšení pro SP mužů | Převýšení pro SP žen |
|-------------------|-----------------------|----------------------|
| Slalom            | 180 m / až 220 m      | 140 m / až 200 m     |
| Obří slalom       | 300 m minimum         | 300 m minimum        |
| Super obří slalom | 500 m / až 650 m      | 400 m / až 600 m     |
| Sjezd             | 800 m minimum         | 500 m / až 800 m     |

Tab. č. 2: podmínky pro homologaci tratí SP

#### 4.4.2 Technická data Černé sjezdovky

Černá sjezdovka, je jedna z mála sjezdovek v naší republice, která splňuje homologační parametry pro závod SP. Start obřího slalomu byl ve výšce 1170 m.n.m. a cíl v 746 m.n.m. Celkové převýšení tedy činí 423 metrů a to znamenalo, že organizátoři mají dostatečnou rezervu pro případnou nepřízeň počasí, která by znamenala posunutí startu či cíle. Pro slalom byl start snížěn do výšky 940 m.n.m. a cíl zůstal v 747 m.n.m. Výškový rozdíl činil 193 m.

Předepsaný počet branek v jednom kole při závodech SP ve slalomu je:

|      |           |           |
|------|-----------|-----------|
| Muži | minimálně | 55 branek |
|      | maximálně | 75 branek |
| Ženy | minimálně | 45 branek |
|      | maximálně | 65 branek |

Pro obří slalom počet branek není limitován

#### 4.5 Pojištění závodů

Tato otázka pořadatele velice trápila. Při oslovení několika tuzemských a zahraničních pojišťoven se ukázalo, že pojistnou smlouvu je třeba pečlivě zvážit. Takřka všechny pojišťovny, které na pojištění byly ochotny přistoupit, nabídly podobné podmínky. Pojištění závodu bylo možné dvojím způsobem.

Jedna z možností byla pojistit závod proti zrušení v předepsaném termínu FIS. Tento termín je deset dní před závodem, kdy pořadatel za přítomnosti delegátů z organizace FIS musí říct, zda bude možno závod uspořádat. Je to v podstatě termín, do kterého by měla být závodní trať zasněžena a z části vypreparována. Suma, kterou by pořadatel v případě uzavření pojistky musel zaplatit byla 3 000 000 Kč. Ovšem když rada pro financování závodu spočítala, že případná ztráta do tohoto termínu by činila 2 000 000 Kč, rozhodli se tuto smlouvu nepodepsat.

Druhou možností, která je mnohem nebezpečnější, ale zároveň méně pravděpodobná, bylo pojištění proti zrušení v den závodu. Hlavními faktory, které tuto možnost mohou zapříčinit jsou přírodní podmínky. Mohutné sněžení, déšť, mlha, případně silný vítr jsou rizika, která jsou pro závod velice nebezpečná. A však daleko větší ohrožení by znamenali při pořádání rychlostních disciplín, kdy nároky na viditelnost a kvalitu podkladu jsou daleko větší, než při točivých disciplínách. V daný moment by finanční ztráty byly veliké, odhadují se na 13 000 000 Kč. Pořadatel by musel uhradit veškeré ubytování, náklady na zajištění závodu atd. Ovšem částka, kterou pojišťovny navrhovaly, byla také nemalá. Toto pojištění by organizátory přišlo na 10 000 000 Kč, a proto se organizátoři shodli na tom, že žádnou pojistku na tento závod neuzavřou a ponesou riziko případné ztráty sami.

## **4.6 Příprava závodů**

Jak jsem již zmiňoval, celou organizaci závodu měla na starosti organizace SKI KLUB ŠPIND Produkce s.r.o. Tato společnost byla hlavním organizátorem akce a nesla veškerá ekonomická rizika.

Přípravy samotného závodu začínají již půl roku před samotnou akcí. Během této doby dochází k získání nejrozumnějších druhů povolení, zajišťování materiálních a lidských zdrojů. Velmi důležitou součástí příprav je koordinace všech těchto organizačních složek. Přípravu lze rozdělit do tří základních oblastí: administrativní, technické a marketingové.

### **4.6.1 Administrativní příprava**

Úkolem administrativní přípravy je zajištění závodu po formální stránce. Zahrnujeme sem zajištění ubytování, sportovního areálu, záchranné služby, bezpečnostní služby, akreditací atd.

Ústřední postavou sekretariátu Světového poháru ve Špindlerově Mlýně byla paní Danuta Štrougalová, do jejíž pracovní náplně , která začala již mnoho dní před začátkem špindlerovského „světáku“ , patřila příprava a poté zastřešení všech činností sekretariátu. Vůdčí osobností závodní kanceláře byla Markéta Cejnarová, vedoucí jednání s federací FIS ohledně zajištění elektrického měření a data servisu. Také byla zprostředkovatelkou ubytování závodníků, jejich doprovodu a VIP hostů.

#### **4.6.1.1 Akreditační systém**

V průběhu října byly rozeslány jednotlivým lyžařským federacím přihlášky a propozice závodu. Na základě obdržených přihlášek a potvrzení účasti televizních štábů, novinářů, hostů a zástupců FIS, byl zpracován akreditační systém. Akreditační systém slouží při pořádání závodů k rozdělení do skupin, kterým jsou pak přiděleny nejen prostory v areálu, ale i místa pro stravování, ubytování a další služby. Tento systém výrazně usnadňuje organizaci a samotný průběh závodu.

Existují různé druhy akreditací :

- Pro TD, členy jury a trenéry reprezentačních družstev, jimž je povolen neomezený přístup.
- Pro servisní pracovníky, začleněné ke družstvům. Tito mají přístup do přípravných prostorů na startu a do servisních prostorů u cíle. Nemají povolen vstup na tratě.
- Pro zástupce firem, kteří jsou vybráni podle úvahy pořadatele. Tyto osoby nemají povolen vstupu na tratě a přípravných prostor.

#### **4.6.1.2 Vstup na trať**

Funkcionáři, technický personál a zdravotníci z každé země, kteří mají oprávnění pro vstup na trať, jsou omezeni počtem startujících závodníků :

do 3 závodníků : 3 trenéři, 2 lékaři, 2 techničtí pracovníci

při 4-5 závodnících : 4 trenéři, 2 lékaři, 3 techničtí pracovníci

při 6-10 závodnících : 5 trenérů, 2 lékaři, 4 techničtí pracovníci

Oficiální představitelé FIS a Jury mají vstup neomezen.

#### **4.6.1.3 Ubytování**

Dle předpisu FIS alpského lyžování je pořadatel povinen zajistit bezplatný pobyt pro všechny závodníky a jejich doprovody v průběhu celého závodu, včetně plné penze. Na závody do Špindlerova Mlýna dorazilo celkem cca 1700 lidí, pro které bylo potřeba zajistit pobyt. Díky tomu, že závod probíhal těsně před hlavní sezónou, bylo třeba ubytování začít sjednávat s časovým předstihem. Pro všechny členy závodních týmů bylo zajištěno ubytování v nejrůznějších hotelech ve Špindlerově Mlýně a jeho okolí. Byly to například hotel Horal, hotel Harmony, hotel Lenka a další. Většina těchto hotelů se stala partnery akce, a tak pořadatelé mohli ubytovat závodní týmy za snížené sazby. Celkem byly vynaloženy za ubytování necelé 2 000 000 Kč .

#### **4.6.1.4 Pronájem sportoviště**

Důležitým bodem administrativních příprav byla jednání o pronájmu Černé sjezdovky ve Svatém Petru se zástupci společnosti Skiareál Špindlerův Mlýn a.s. Hlavní náplní těchto jednání bylo dohodnout podmínky pronájmu, ale zejména pak jednání o úpravách sjezdovky v souladu s požadavky FIS.



Vzhledem k tomu, že společnost Skiareál Špindlerův Mlýn a.s. se stala hlavním sponzorem závodu, spadly všechny tyto záležitosti do reklamního plnění společnosti. Předmětem reklamního plnění bylo nejen poskytnutí prostor areálu, včetně lanovek a vleků, ale i zabezpečení úprav sjezdovky pomocí roleb a skútrů.

Součástí administrativních příprav bylo i rozeslání objednávek na zajištění záchranné služby, horské služby, bezpečnostní služby, technické služby a jednání s dopravním inspektorátem města Vrchlabí. Všem těmto organizacím byl rozeslán kompletní materiál týkající se SP s požadavky na spolupráci při organizaci závodů.

## **4.6.2 Technická příprava**

**Technická příprava se skládá z těchto hlavních oblastí:**

- zajištění dopravy,
- příprava sportovního areálu,
- příprava zázemí pro závodníky a novináře,
- zajištění bezpečnostních opatření,
- zajištění zdravotnické služby

### **4.6.2.1 Zajištění dopravy**

Zajištění dopravy byl nelehký úkol pro pana Vladimíra Skořepu. Dopravní systém byl rozčleněn na čtyři základní skupiny.

- nákladní vozy,
- závodníci a realizační týmy,
- diváci,
- novináři a VIP hosté

## **Zajištění nákladních vozů**

Do špindlerovského Skiareálu najelo během šesti dnů 41 těžkých kamiónů, jeden těžký a jeden lehký jeřáb. Tři přenosové vozy TV stanic a obří obrazovka AUDI byly po celou dobu součástí cílového prostoru. Jejich příjezdy a odjezdy byly vzhledem k velikému množství sněhu velmi dramatické. Vjezd a výjezd do a ze Skiareálu ulehčovaly kamionům rolby a traktorový nakladač.

## **Závodníci a realizační týmy**

Všechny zúčastněné týmy disponovaly vlastními automobily a mikrobusey, což výrazně organizátorům usnadnilo práci se zajišťováním dopravy. Každý tým byl vybaven omezeným počtem dopravních karet, které jim umožnily neomezený průjezd městem, přímo až do sportovního areálu, kde pro ně bylo vyhrazeno parkoviště.

## **Doprava pro diváky**

Jelikož se jednalo o premiéru SP v alpském lyžování na našem území, bylo těžké odhadnout návštěvnost a s ní spojené dopravní problémy. Dopravní omezení se týkalo uzavření vjezdu do Špindlerova Mlýna. Veškerý provoz byl nasměrován na odstavná parkoviště, která se nachází na začátku města. Odtud byla možnost přepravy buď ski busem, který je součástí špindlerovské kyvadlové dopravy, anebo shuttlebusey, které byly k dispozici od organizátora akce. Do nedalekého cíle závodu, vzdáleného asi 700 m od centrálního parkoviště, se dalo bez problémů dojít i pěšky.

## **Doprava novinářů a VIP hostů**

I novinářům a VIP hostům byl vjezd do centra Špindlu odepřen. K dispozici však měli po celou dobu konání závodů nepřetržitou službu car servis. Pět řidičů aut dodaných od společnosti Audi ČR, bylo ochotno přepravit novináře a VIP hosty v jakoukoliv denní dobu na jakékoliv místo v okolí.

#### **4.6.2.2 Příprava sportovního areálu**

- příprava závodní trati
- zabezpečení trati
- příprava cílového prostoru

##### **Příprava závodní trati**

I druhému pokusu Špindlerova Mlýna uspořádat ve Svatém Petru vrcholný sjezdařský podnik se postavilo do cesty počasí. Kvůli jeho rozmarům zažil pořadatelský tým Ski klubu Špindl a Skiareálu při přípravě závodní pisty nemalé problémy.

Přitom vše vypadalo dlouho ideálně. Od poloviny listopadu dovolily klimatické podmínky (venkovní teplota vzduchu, vlhkost vzduchu a teplota vody v Dolském potoce) uměle zasněžovat. Dva týdny před závodem byla Černá sjezdovka perfektně nastříkaná a následně úspěšně prošla fází preparace. Pista byla pár dní před zahájením závodu v ideálním stavu ( byla kompaktní, tvrdá odshora až dolů).

Necelý týden před závodem se změnilo počasí a nastaly mohutné srážky v podobě sněhu. Tento ráz počasí vydržel de facto až do začátku samotného lyžařského klání. Každý den vyhrnovaly rolby sníh z trati. Takto bylo přemístěno z Černé sjezdovky do okolního lesa přes 80 000 m<sup>3</sup> sněhu.

Funkcionář FIS, ředitel SP v Adelbodenu a bývalý švýcarský sjezdař Hans Pieren, přijel do Svatého Petra týden před začátkem závodu. V době do jejich startu i v jejich průběhu dbal společně s ředitelem Světového poháru žen Alte Skaardalem, ředitelem závodu Bohumírem Zemanem a velitelem trati Pavlem Lipanským na co neoptimálnější průběh přípravy pisty. Na tom, že i přes všechny nástrahy počasí byl nakonec stav Černé sjezdovky odpovídající tomu, aby se na ní jel závod Světového poháru, měl velikou zásluhu.

## **Zabezpečení trati**

Kolem trati se postavilo 6 km ochranných sítí, 600 m oplůtků, 250 m nafukovacích matrací. Nutno bylo také postavit cílovou bránu a mnoho dalšího včetně informačních tabulí v prostoru cíle. O všechny tyto věci se postarala rakouská společnost Alpina.

K dispozici byla i pomoc Horské služby ze Špindlerova Mlýna, která byla pod vedením Adolfa Klepše nejen připravena na eventuální pomoc zraněným, ale obětavě pomáhala s dopravou materiálu, zejména při stavbě podíí pro TV kamery a s umísťováním kamer na těžko přístupném, prudkém a ledovatém terénu, který vyžadoval používání maček. Zároveň řada členů horské služby pomáhala při úpravě trati.

V samotném průběhu závodu působilo 40 kvalifikovaných rozhodčích a kolem 250 techniků a pořadatelů. Technická četa, převážně dobrovolníci, pracovali pod vedením Pavla Lipanského.

## **Příprava cílového prostoru**

Stavby tribun, podíí a komentátorských stanovišť, jakožto i zajištění veškerého ozvučení a osvětlení, spadalo pod činnost firmy BK MEDIA vedené Petrem Bavorem.

Pověšení reklamních poutačů měl na starosti Josef Levinský ve spolupráci se zástupci firmy Media Partners. Během několika hodin se postarali o umístění a pozdější sundání 800 metrů čtverečných reklamních ploch domácích i zahraničních partnerů.

#### **4.6.2.3 Elektrické měření závodů**

Historická premiéra se týkala elektrického měření závodu, zajištění TV grafiky, počítačového zpracování dat, internetového přenosu, provozu velkoplošné obrazovky a výsledkového servisu pro novináře. Všechny zmiňované oblasti měla na starosti firma A.R.T. Media Technology zastoupená Josefem Šináglem, s poddodavatelskými firmami GO Sport Timing a Grall. Bylo to poprvé v historii pořádání sjezdařského závodu SP, kdy nebyly tyto služby zajištěny nadnárodním koncernem typu Swiss či Siemens. Zapůjčení časomíry na dva dny přišlo organizátory na 1 000 000 Kč.

#### **4.6.2.4 Zdravotní zabezpečení**

Lékařské zabezpečení závodů měli na starosti MUDr. Jiří Obenberger a MUDr. Jiří Patrák, kteří velice úzce spolupracovali s Horskou službou ze Špindlerova Mlýna v čele s Adolfem Klepšem a soukromým Medical centrem ve Špindlerově Mlýně. Po oba dva dny závodu byla v areálu připravena sanitka z vrchlabské nemocnice. V případě nutnosti by lékařskou pomoc zajistil také vrtulník z liberecké nemocnice.

### **4.6.3 Marketingová příprava**

- reklama a propagace
- televizní vysílací práva
- nastavení vstupného
- nabídka pro sponzory

#### **4.6.3.1 Reklama a propagace**

Od reklamy a propagace se odvíjí úspěšnost, rentabilita, ale i budoucnost závodu, proto je nutné se této oblasti marketingu věnovat velmi pečlivě. Čas a úsilí se v konečném důsledku může výrazně odrazit na podvědomí nejen v ČR, ale i ve světě.

Od konce října byla zahájena propagace na SP ve Špindlerově Mlýně prostřednictvím televize, rozhlasu, časopisů, novin, billboardu, plakátů a nejrůznějších letáků. Celkově bylo organizátorem vynaloženo 115 000 Kč na reklamní a propagační materiál a 332 000 na čistou propagaci prostřednictvím masmédií.

#### **Rozhlasová media**

- Rozhlasové spotové kampaně byly vysílány na jedné rozhlasové stanici s celoplošným vysíláním a to na ČR1 Radiožurnál
- Rozhlasové spotové kampaně byly vysílány na jedné regionální rozhlasové stanici Radio Černá hora.

Reklamní kampaň trvala od října do data konání závodu, přičemž docházelo k postupnému zvyšování vysílací intenzity.

#### **Tisková media**

- Podvaly, upoutávky, inzeráty, poděkování partnerům probíhalo v jednom deníku s celostátní působností, a to v deníku MF Dnes.
- Podvaly, upoutávky, inzeráty, poděkování partnerům probíhalo v jednom regionální mediu ve Špindlerovských novinách.
- Pro propagaci byl zvolen i jeden odborný lyžařský časopis Snow.

## **Tiskoviny**

- Oboustranné propagační letáky formátu A4 byly v průběhu roku 2005 vydány v počtu cca 15000 ks
- Oboustranné propagační letáky formátu A5 byly v průběhu podzimu 2004 a roku 2005 vydány v počtu cca 600000 ks
- Desky, obálky byly od podzimu 2004 do data konání akce vydány v počtu cca 4000 ks
- Programové plakáty – 1000 ks
- Oficiální program Čj a AJ 18 stran A4 cca 1500 ks
- Zvláštní číslo odborného lyžařského časopisu Snow

## **Informační systémy**

- Silniční od Prahy a Hradce Králové
- Místní městský
- Ve Skiareálu
- V oficiálních prostorách SP
- Akreditační karty
- Parkovací lístky

## **Propagační předměty**

- trička
- čepice
- vinné etikety /víno/
- keramika a zvonce
- drobné kancelářské předměty
- závěsy na akreditační karty, klíče a telefony

#### **4.6.3.2 Televizní vysílací práva**

##### **Práva národních svazů**

Každý národní svaz, připojený k FIS a jedině ten, je oprávněn rozhodnout o televizních přenosech z mezinárodních lyžařských soutěží, pořádaných na jeho území. Tato rozhodnutí je třeba připravit s odsouhlasením FIS a musí respektovat zájmy lyžařského sportu a národních svazů. To se týká vysílání ve vlastní zemi a také předávání přenosů do dalších zemí (přenos vysílacích práv). Výjimkou jsou ZOH a MS, které patří MOV případně FIS.

##### **Optimální a hodnotná publicita**

Při uzavření dohody s televizní společností nebo agenturou je třeba dbát na kvalitu produkce a televizního vysílání při všech závodech FIS. Speciálně při vysílání SP je třeba dbát na:

- kvalitativně vysoce hodnotnou a optimální produkci televizního vysílání, které přenáší přednostně sport
- odpovídající zohlednění a prezentaci reklamy, resp. eventuálních sponzorů
- produkci "živého" vysílání celého závodu tam, kde se jedná o dlouhodobé obchodní podmínky pro disciplínu a pro význam série závodů FIS, tj. pro všechny závodníky a širokou podporu
- přenosy na nejvýhodnějších televizních kanálech s co největším potenciálem na diváckou publicitu podle velikosti a statistického vyhodnocení obyvatelstva
- garanci "živého" vysílání aspoň v pořadatelské zemi a v nejvíce zainteresovaných státech



- zajištění, aby „živý“ přenos obsahoval logo FIS, údaje o časech, přehled dat a výsledky včetně grafického znázornění.

## **Smlouvy za přenos**

Ceny za přenechání základního signálu (obrazu a zvuku) bez komentáře a výše provizí je třeba sjednat mezi přenášející televizní společností a tou, která koupila přenosová práva.

## **Krátká zpravodajství**

Televizní zpravodajství a informace, které netrvají déle než tři minuty, nespádají pod výše uvedené podmínky. Tato zpravodajství mají být pokud možno vyrobena produkující společností a dána k dispozici ostatním televizním společnostem a to za podmínky, že nebudou vysílána dříve, než produkující společnost závod odvysílá a v žádném případě ne později než 72 hodin po jeho skončení.

## **4.7 TV přenosy ze SP ve Špindlerově Mlýně**

Zajištění TV přenosů a veškerá mezinárodní TV práva byla prodána společnosti Media Partners, která vlastní přes 60% TV práv všech závodů Světového pohárů ve všech lyžařských disciplínách. O výrobu signálu se postarala hostitelská televize ČT.

Samotné závodní dění po oba dva dny vysílalo v přímém přenosu celkem jedenáct zahraničních televizních stanic (Eurosport, ORF AUT, ARD GER, DRS SUI, TSR FR, TSI SUI a IT, RAI IT, MTV3 FIN, RTV SLOVENJA, NOVA TV CRO, NTV PLUS RUS). Dalších 35 stanic ze všech světadílů vysílalo záznam, či magazín.

V naší republice se o TV přenos starala ČT, která každý den odvysílala 120 min. živého přenosu + upoutávky + zpravodajství, což celkem činilo 240 min. Televizní stanice Prima a Nova každý den informovaly veřejnost o závodu ve zpravodajství.

## **4.8 Nastavení vstupného**

Vzhledem k tomu, že se jednalo o první ročník SP u nás, cílem organizátorů bylo přilákat co největší množství návštěvníků. Z tohoto důvodu se organizátoři rozhodli zpřístupnit tento závod všem zúčastněným zdarma. Přístup měli do vyhrazených prostor cíle a členům fanklubů byla zpřístupněna i hlavní tribuna.

## **4.9 Nabídka pro sponzory**

### **4.9.1 Možnosti prezentace**

Generální partner celého Světového poháru byla společnost Audi, název tohoto sponzora byl uveden v názvu celého podniku SP s názvem AUDI FIS SKI WORLD CUP.

Společnosti Media partners bylo prodáno cca 60% reklamních ploch. Tato společnost měla blokovány následující obory : sportovní oblečení, čokoláda, nealko nápoje, telekomunikační sítě, pojišťovnictví, náradí. Ostatní obory byly volné.

Pozice partnerů, kteří se chtěli prezentovat prostřednictvím pořadatele byly odstupňovány dle rozsahu prezentace následovně:

**Hlavní partner**

**Oficiální partner**

**Partner**

#### **4.9.2 Nabídka pořadatele**

1. Možnost používání titulu „Hlavní“ oficiální partner nebo partner pořadatele Světového poháru Špindlerův Mlýn, včetně možnosti používání loga závodu, od podpisu smlouvy. Orientační cena pouze za použití titulu Partner, bez další prezentace – 100.000,- až 300.000,- Kč dle rozsahu použití.
2. **Prezentace v rozhlasových spotech** – jmenování partnera
3. **Prezentace na veškerých tiskových materiálech**
4. **Prezentace v prostorách závodu**
  - poutače trať SL 1,5 x 6m / orientační cena 250.000,- Kč /
  - poutače trať GS 1,5 x 6 až 8m / orientační cena 250.000,- Kč /
  - poutače trať mimo záběr TV kamer / cena dle dohody /
  - poutače cílový prostor 1x4m
    - zóna A / 100% viditelnost v TV/ / orientační cena 250.000,- Kč /
    - zóna B / 60% viditelnost v TV/ / orientační cena 120.000,- Kč /
    - zóna C / 30% viditelnost v TV/ / orientační cena 60.000,- Kč /
  - nafukovadla
  - prezentační stánek v diváckém prostoru

ceny jsou uváděny za 1ks poutače za 1 závod resp. den
5. **Prezentace při veřejném losování a oficiálním vyhlášení výsledků**
  - poutač podium 0,5 m<sup>2</sup>
  - poutač před podiem 1x3m
  - prezentační stánek mezi diváky
  - nafukovadlo
6. **oficiální prostory**

Oficiální hotely, tiskové středisko, prostory schůzí vedoucích družstev, interiéry společenských akcí

Reklamní stěny s logy partnerů o velikosti 0,75 až 0,25m<sup>2</sup>

## **7. ostatní reklamní možnosti dle přání klienta**

### **Celkové orientační ceny**

Hlavní partner - 3.500.000,- Kč

Oficiální partner – 1.000.000,- Kč

Partner – od 250.000,- Kč

Možnost dlouhodobé spolupráce při všech akcích pořádaných pořadatelem.

## 5 Náklady na SP v alpském lyžování

Skutečné náklady pořadatele, které v podstatě začínají již několik let před samotným SP (náklady účasti na kongresu FIS, žádosti o pořádání SP, komunikace s představiteli FIS, průběžné homologace tratí atd.), se dají jen stěží vyčíslit. Opomenout se nesmí ani pořádání závodů, které SP předcházely. Do celkových nákladů by se dala zahrnout spousta věcí a na mnohé z nich bych jistě ani nevzpomněl. Ovšem podařilo se mi získat informace o nákladech, které byly vynaloženy společností Ski Klub Špindl Produkce s.r.o., na uspořádání samotného závodu.

Náklady na závod SP jsou přibližně v těchto cenových relacích:

|                                     |              |
|-------------------------------------|--------------|
| Spotřeba materiálu.....             | 261 700 Kč   |
| Pohonné hmoty.....                  | 52 500 Kč    |
| Ceny pro závodníky .....            | 54 000 Kč    |
| Ochranné pracovní pomůcky.....      | 706 100 Kč   |
| Reklamní a propagační materiál..... | 112 700 Kč   |
| Cestovné pro závodníky .....        | 833 000 Kč   |
| Nájemné .....                       | 172 000 Kč   |
| Ubytování .....                     | 1 938 000 Kč |
| Telefony .....                      | 20 000 Kč    |
| Propagace .....                     | 332 000 Kč   |
| Ostatní služby pro účastníky .....  | 7 000 000 Kč |
| Mzda pro brigádníky .....           | 364 000 Kč   |
| Prizemoney.....                     | 3 830 000 Kč |
| Kurzové ztráty .....                | 200 000 Kč   |
| Pojištění .....                     | 17 000 Kč    |

---

|                |                   |
|----------------|-------------------|
| Náklady celkem | cca 16 000 000 Kč |
|----------------|-------------------|

Výnosy:

Výnosy pořadatele se skládají z vysílacích práv, vstupného a sponzorských příspěvků. Je pochopitelné, že pokrýt takové náklady, jaké SP obnáší, není jednoduchý úkol. Je to úkol vyžadující velice schopný a zkušený management.

## **6 Časová osa průběhu závodu SP ve Špindlerově Mlýně**

### **6.1 Program závodů**

Úterý 20. 12. 2005 – 18:00 – Slavnostní zahájení a veřejné losování OS formou show.

Středa 21.12. 2005 – 9:30 – Start 1. kola obřího slalomu.

13:30 – Start 2. kola obřího slalomu.

18:00 – Oficiální vyhlášení vítězů obřího slalomu a veřejné losování.

Čtvrtek 22. 12. 2005 – 9:30 – Start 1. kola slalomu.

12:30 – Start 2. kola slalomu.

13:20 – vyhlášení výsledků slalomu.

### **6.2 Úterý 20. 12. 2005**

Byl to den, kdy se sice ještě nezávodilo, ale který jinak svojí hektičností skoro předčil oba dny následující. Na vině zde byl rozmar počasí, takřka neustálé sněžení. Situace nebyla ideální jak z pohledu závodnic, jež nemohly na měkké trati adekvátně potrénovat před obřím slalomem, tak především z pohledu organizátorů, kterým se tím značně zkomplikovala příprava závodní pisty na středeční závod. Největší nápor zažila v tento den i akreditační kancelář v hotelu Horal, do pozdních nočních hodin vyřizující účastníkům Světového poháru akreditace a ubytování.

Samotné závodnice se i přes ztížené podmínky rozjezdily na sjezdovkách Hromovky a Stohu a před polednem pro ně byla na hodinu otevřena i závodní Černá sjezdovka pro oficiální trénink obřího slalomu. V obvyklý čas, v pět odpoledne, se pak v hotelu Horal uskutečnil mítink za účasti zástupců závodní komise a šéftrenérů jednotlivých týmů.

Podvečerní program včetně vystoupení populární hudební kapely Horkýže Slýže proběhl na špindlerovském náměstí. Jeho hlavním bodem bylo rozdělení startovních čísel pro středeční obří slalom. Pořadatel zvolil vcelku atypický a originální způsob distribuce, fungující dle hesla „Vyber si svého chlapa a on ti ukáže tvé číslo“. Nejlepším patnácti závodnicím průběžného pořadí World Cup Start List v hodnocení obřího slalomu dělali garde instruktoři z lyžařské školy Skol Max.

### **6.3 Středa 21. 12. 2005**

Přesně osmdesát sjezdařek se postavilo na start obřího slalomu, patřícího profilem trati v podniku SP do skupiny náročnějších obřích slalomů. Z celkového vítězství se na konci závodu radovala chorvatka Janica Kosteličová, která zde vyhrála svůj první obří slalom SP vůbec poprvé v kariéře.

Desítku nejlepších žen z obřího slalomu byla poté večer oceněna na špindlerovském náměstí originálními poháry, které pro závod vyrobila firma J. Blažek Sklo Poděbrady. Zároveň zde byla vylosována čísla pro patnáctku předních slalomářek. Program doplnilo vystoupení dětského folklorního sboru Špindleráček a módní přehlídka v režii Ski Sportu Horka. Po venkovním programu se účastníci světového poháru zúčastnili společenské party v hotelu Horal, za hudebního doprovodu skupiny Vrchlabský dixieland.

### **6.4 Čtvrtek 22. 2. 2005**

Slalomářek se do víru Černé sjezdovky spustilo celkem třiasedmdesát. Do cíle dorazily všechny (až na dvě výjimky) a ve druhém kole se do cíle dostalo všech třicet. Závod vyhrála švédská závodnice Anja Pärsonová.

V samotném průběhu závodu působilo 40 kvalifikovaných rozhodčích a kolem 250 techniků a pořadatelů. Technická četa, převážně dobrovolníci, pracovali pod vedením Pavla Lipanského.

Závěrečný ceremoniál proběhl ve znamení loučení. Organizátoři byli odměněni, dočkali se pochvalných slov od samotných závodnic. V jejich slovech často zazníval fakt, že byla odvedena velice dobrá práce ve velice těžkých podmínkách. Závod byl řazen k lepším závodům SP.

Celková analýza závodu, včetně výsledků, je zveřejněna v příloze č.1.

## **6.5 Likvidace**

Likvidace byla zahájena bezprostředně po ukončení závodu. Všechny týmy ihned po závodu opustily lyžařský areál. Došlo k rozebrání a odvozu přenosné techniky televizních stanic, odvezena byla také komunikační a výpočetní technika, velkoplošná obrazovka a také vybavení pro sekretariát a organizační výbor. V následujících dnech byly rozebrány tribuny, reklamních bannery atd. Kompletní likvidace akce trvala pořadatelům necelé tři dny.



## 7 SWOT analýza

### Silné stránky - Strengths

- místo konání závodu
  - skiareál Svatý Petr - jedno z nejznámějších lyžařských středisek v ČR
  - výborné zázemí pro pořadatele i závodníky
  - možnost ubytování závodních týmů v nejbližším okolí místa konání závodu
  - skvělá příprava závodní trati
- pořadatel
  - firma Ski Klub Špindl Produkce s.r.o., která má z předchozích let bohaté zkušenosti s organizováním podobných akcí
- kvalitní medializace
- účast celé světové ženské závodnické špičky
  - závodu se účastnily nejlepší světové sjezdařky

### Slabé stránky – Weaknesses

- nežádoucí datum konání závodů
  - většina lidí v tento čas nakupovala vánoční dárky
  - závody se konaly ve všedních dnech, kdy lidé chodli do práce
- malá návštěvnost závodu
  - zapříčiněna nevhodným datem konání v předvánočním čase
- nepříznivé počasí

## **Příležitosti - Opportunities**

- spojení závodů SP
  - díky závodům SP ve sjezdovém lyžování, které se konalo poprvé v ČR, se tak dostalo samotné české lyžování více do povědomí českých diváků a fanoušků
  - tato skutečnost měla vliv na sponzory, při jejich oslovování organizátorem
- místo konání
  - domácí prostředí - velká příležitost pro domácí závodnice, podpora diváků
  - možnost startování více českých závodnic
- možnost pořádání SP v příštích letech
  - organizace závodů SP proběhla bezvadně, ČR se bude ucházet o pořadatelsví i v dalších letech
- zviditelnění Skiareálu Svatý Petr a Špindlerova Mlýna

## **Hrozby - Threats**

- počasí
  - riziko, že nebude dostatek sněhu na přípravu pisty a nebude možné připravit snůh technický
  - riziko, že bude v době konání závodu nepříznivé počasí (déšť, sněžení) a bude se muset závod odkládat nebo dokonce zrušit.
- technika
  - možnost přerušení provozu lyžařských vleků nebo lanovky – závodnice by se musely na start vozit skútre, což by znamenalo zpoždění celého závodu
  - technická porucha na časomíře na startu a v cíli závodu - zpoždění závodu
- zranění závodnic při závodu

## **8 Vliv uspořádání SP na našem území na české lyžování**

V první řadě uspořádání SP v České republice mělo vliv na zařazení českého lyžování mezi světové lyžařské velmoci, kterým tato čest byla umožněna. V celé historii se uskutečnil SP pouze v sedmnácti státech světa a my jsme jedním z nich. Touto událostí se české lyžování dostalo v průběhu TV přenosů do podvědomí více jak 30 států světa a čtyř kontinentů.

Druhým velice významným přínosem pro naše lyžování je fakt, že při SP na domácí půdě, mohlo startovat o tři domácí závodnice více a ještě ke všemu v podmínkách, které jim byly velice dobře známy. Čtyřicet bodů českého týmu, přesně takový počet pohárových bodů vydolovala z Černé sjezdovky česká výprava. Hlavní aktérkou tohoto zisku byla podle očekávání Šárka Záhrobská. Zároveň však potěšil fakt, že se k ní dokázaly přidat i Eva Kurfürstová, která tak bodovala poprvé ve své kariéře. Úspěch slavila i Lucie Hrstková, která si tak pro body do SP došla podruhé v životě. Přínosem pro naše mladé sjezdařky byla možnost startu v závodě SP jako předjezdkyňe a tím tak získaly první zkušenosti ze závodu SP.

## 9 Vyhodnocení závodu a návrh změn

### 9.1 Administrativní stránka

Z hlediska administrativních věcí proběhlo takřka vše v naprostém pořádku. Tiskové středisko nabídlo novinářům kvalitní zázemí, akreditační centrum mělo vše výborně zorganizované a ubytování bylo vyhovující pro všechny výpravy. Jedinou administrativní chybou byla volba data akce. Předvánoční termín nevyhovoval většině obyvatelstva, což zapříčinilo nízkou návštěvnost. Většina lidí trávila tento čas vánočním úklidem a nakupováním vánočních dárků. Navíc se jednalo o všední den, kdy většina lidí musela do práce.

Na závod dorazilo po oba dny 5000 lidí, což je v porovnání s návštěvností obdobných akcí v České republice velice nízké číslo. Na závod SP v běhu či skocích na lyžích, které se u nás konají, chodí řádově trojnásobek návštěvníků. Srovnávat návštěvnost tohoto závodu můžeme i se SP v sousedních zemích, kde jsou počty návštěvníků ještě mnohem vyšší. Na závody SP ve sjezdovém lyžování v Německu či Rakousku chodí přibližně dvacet až čtyřicet tisíc lidí.

Proto v případě pořádání závodu SP v příštích letech navrhuji zvolení takového data, které bude atraktivní pro všechny příznivce zimních sportů. Nejlepší volba by bylo uspořádání závodu o víkendu v době vánočních či jarních prázdnin. Tento termín by si bezpochyby zajistil větší diváckou kulisu, se kterou je velice spjata i atmosféra závodu. Problémy, které by se s touto změnou mohly vyskytnout, se týkají zajištění ubytovací kapacity. Většina hotelů má v tomto čase beznadějně obsazeno již rok předem. Je důležité mít na vědomí tento fakt a hledat alternativní řešení v podobě případného ubytování ve vzdálenějších lokalitách, které nejsou tolik vytíženy. V úvahu by přicházelo např. město Vrchlabí. Je vzdáleno necelých 15 km od Špindlerova Mlýna a nabízí velké ubytovací možnosti.

## **9.2 Technické zajištění**

V této oblasti se pořadatelům nedá takřka nic vytknout. Přes nepřízeň počasí, která v tomto období panovala, se organizátoři předvedli na výtečně. Odklizení sněhu ze sjezdovek, průjezdnost komunikací, dostupnost sportoviště, provoz kyvadlové dopravy a mnoho dalších věcí fungovalo naprosto bez problémů. Díky práci, kterou pořadatelé v průběhu silného přívalu sněhu předvedli, si zasloužili celosvětové uznání nejen ze strany závodnic, ale i ze strany FIS a jejich delegátů. V této oblasti jsem neshledal žádné nedostatky.

Za uváženou by však zajisté stálo uspořádání nočního závodu, který je v posledních letech velice populární. Lidé si v podvečerních hodinách rádi vyrazí do prostoru lyžařského areálu, kde spojí sportovní zážitek s příjemnou večerní zábavou. S touto myšlenkou by se dalo spojit zajištění večerního programu, který by se prolínal a vzápětí navazoval na sportovní klání. Tímto by se do prostoru areálu nalákaly nejen příznivci sportu, ale i večerní zábavy. Ovšem problém, který je spojen s nočním závodem, je zajištění nočního osvětlení. Osvětlení by bez pochyb znamenalo navýšení již takto vysokých nákladů. Intenzita světla na trati nesmí být v žádném místě menší než 80 luxů.

## **9.3 Marketingová stránka**

Kvalitní propagace a reklama má také přímý vliv na návštěvnost sportovní akce. Medializace závodu SP v alpském lyžování, která probíhala vyhovujícím způsobem, začala s dostatečným odstupem. Nebylo cílem, aby na závod přišlo co nejvíce diváků, ale aby se informace o Světovém poháru, jakožto o jedné z největších sportovních událostí na našem území, dostala k co nejširší veřejnosti.

České sjezdové lyžování se po delší časové odmlce dostalo do absolutní světové špičky, a proto v případě pořádání závodu SP v příštích letech navrhuji, aby se medializace závodu přizpůsobila této skutečnosti. S touto skutečností bych spojil myšlenku nalákání co největšího množství diváků na samotný závod za účelem podpory domácích závodnic při setkání se světovou špičkou.

Dále bych doporučil zařazení do různých vysílacích stanic soutěže, ve kterých by zúčastnění měli možnost vyhrát nejruznější ceny, typu vstupenek a propagačních materiálů spojených se SP ve Špindlerově Mlýně. Propagace závodu by mohla proběhnout i při jiných sportovních akcích pořádaných v regionu. Většina sportovních fandů totiž nesleduje jen jeden sport, nýbrž se zajímá i o jiné druhy sportu a je poměrně velká pravděpodobnost, že závod navštíví.

## 10 Závěr

Ve své práci jsem nastínil problematiku zorganizování tak velké sportovní akce, jakou bezesporu závod světového poháru je. Velmi důležité je naplánování časového harmonogramu příprav i průběhu závodu. Závod organizovala společnost Ski Klub Špindl Produkce s.r.o.. Tato firma má již z předchozích let bohaté zkušenosti s organizováním sportovních akcí i s jejich medializací, takže celý závod včetně jeho příprav proběhl bez větších problémů a komplikací.

V případě pořádání závodu SP v příštích letech, bych navrhl pár změn, které jsou obsaženy v předchozí kapitole č. 9. K tomuto návrhu jsem dospěl především na základě SWOT analýzy a rozboru příprav akce. Dlužno podotknout, že teoretické možnosti jsou vždy mnohem propracovanější a kvalitnější než praktické zkušenosti. Překážky, které vstoupí do příprav a průběhu závodu organizátorům, se dají jen stěží předem odhadnout. Ale mají i svoje zákonitosti a omezení. Jsou ovlivněné například množstvím sponzorů ( z toho pramenícím objemem peněz, který je možno na závod použít) či přírodními podmínkami.

Jednou z nejdůležitějších otázek bylo jistě financování závodu. Měl jsem možnost použít interní materiály pro sestavení hrubého rozpočtu závodu. Myslím si, že čtenář si na základě těchto podkladů může udělat představu o cenové hladině, ve které se organizování závodu SP pohybovalo.

Pro Českou republiku je velký úspěch i to, že měla možnost závod Světového poháru organizovat. Ohlasy závodníků, sponzorů i diváků ukázaly, že závod byl atraktivní, zajímavý a velmi dobře zorganizovaný. Česká republika projeví zcela jistě zájem o organizování závodů světového poháru i v několika příštích letech.

Společnosti Ski Klub Špindl Produkce s.r.o. se podařilo získat pořádání SP pro sezónu 2007/2008. Tento závod bude opět velikou výzvou pro celý organizační tým a já pevně věřím, že ho zvládnou bez větších komplikací, stejně jako tomu bylo v případě předešlého premiérového ročníku.

## 11 Seznam použité literatury

1. **ČÁSLAVOVÁ, E.** *Management v tělesné výchově a sportu*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0050-1.
2. **ČÁSLAVOVÁ, E.** *Management sportu*. 1. vyd. Praha: East West Publishing Company a East Publishing Praha, 2000. ISBN 80-7219-010-5.
3. **KUBIAS, S.** *Úvod do managementu*. Liberec : TU Liberec, 1999. ISBN 80-7083-373-4
4. **KULHÁNEK, O.** *Zlatá kniha lyžování*. Praha : Olympia, 1989.
5. **BĚLOHLÁVEK, F. – KOŠŤAN, P.- ŠULEŘ, O.** *Management*. Olomouc: Rubico, 2001. ISBN 80-85839-45-8.
6. **BLAŽEK, L.** *Vybrané kapitoly z managementu – 1. díl*. 1. dotisk 1. vyd. Brno: Vydavatelství MU, 1997. ISBN 80-210-1322-2.
7. **BLAŽEK, L.** *Vybrané kapitoly z managementu – 2. díl*. 1. vyd. Brno: Vydavatelství MU, 1997. ISBN 80-210-1388-5.
8. **NOVOTNÝ, J.** *Ekonomika sportu*. 1. vyd. Praha: VŠE Praha, 1995. ISBN 80-7079-414-3.
9. **DYGRÝN, J. – ČUŘÍKOVÁ, L. – SUCHOMEL, A. – ANTOŠ R. – VODIČKOVÁ, S. – JANATOVÁ, H.** *Základy lyžování*. Liberec: TU Liberec, 2003 ISBN 80-7083-681-4
10. *Svaz lyžařů České republiky* [online]. 2005, last revision 12th of May 2007 [cit. 2007-05-13]. <<http://www.czech-ski.com/hlavni.asp?disc=2&sec=7>>.
11. Ústní sdělení Mgr. Bohumíra Zemana, ředitele závodu, předsedy Ski Klub Špindl  
Produkce s.r.o. , starosty obce Špindlerův Mlýn
12. Ústní sdělení Ing. Jiřího Berana, ekonomického ředitele Ski Areál, a.s., Špindlerův Mlýn



## **12 Seznam příloh**

**Příloha č. 1:** seznam zkratk

**Příloha č. 2:** plakát závodů

**Příloha č. 3:** loga parterů akce

**Příloha č. 4:** fotografie areálu

**Příloha č. 5:** fotografie ze závodů

**Příloha č. 6:** startovní listina

**Příloha č. 7:** výsledková listina

## **Příloha č.1**

### **Seznam zkratk a symbolů**

|       |                                  |
|-------|----------------------------------|
| %     | procenta                         |
| °     | stupeň                           |
| aj.   | a jiné                           |
| apod. | a podobně                        |
| atd.  | a tak dále                       |
| cm    | centimetr                        |
| ČR    | Česká republika                  |
| FIS   | Fédération Internationale de Ski |
| tzn.  | to znamená                       |
| TD    | technický delegát                |
| mark. | marketing(ový)                   |
| Kč    | koruna česká                     |
| km    | kilometr                         |
| např. | například                        |
| PR    | public relations                 |
| SLČR  | Svaz lyžařů České republiky      |
| SP    | světový pohár                    |
| tzv.  | tak zvaný                        |

## Příloha č. 2

### Plakát závodů



Audi FIS Ski World Cup



FIS

Official Partners









Official Media











SPINDLERŮV MLÝN / CZECH REPUBLIC  
21-22/12/05

Světový pohár žen v alpských disciplínách

# Audi FIS Ski World Cup

Česká republika  
**Špindlerův Mlýn**



Šárka Záhrobská

## 21.-22.12.2005

[www.spindl.tiscali.cz](http://www.spindl.tiscali.cz)



Partneři Ski klubu Špindl produkce:



Mediální partneři:





### Příloha č. 3

### Seznam partnerů

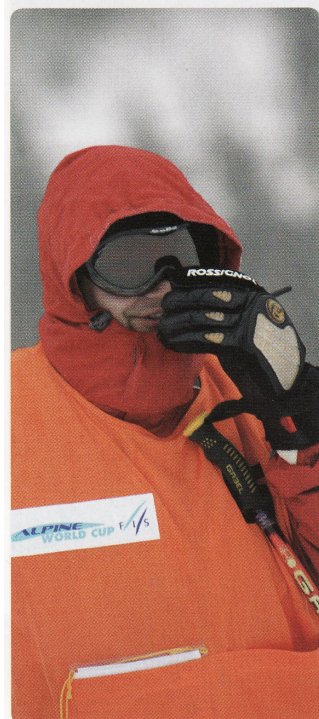


**Příloha č. 4:** fotografie areálu





**Příloha č. 5: fotografie ze závodů**











Marlies Schild



Tina Maze



Janica Kostelić



Allison Forsyth





Foto 1



Foto 2